

# V-RESASから見た コロナ禍における秋田県経済の現況

新型コロナウイルス感染症が国内で確認されてから1年が経過したが、依然収束の兆しは見えず、現在も感染拡大が続いている。この間、私たちの生活様式は一変し、経済活動にも大きな影響が現れている。本稿では、内閣府地方創生推進室および内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局が、2020年6月に公開した「V-RESAS」をもとに、「人流」、「消費」、「宿泊」の変化に着目し、コロナ禍における本県経済の現況について分析する。

## 1 V-RESASについて

新型コロナウイルス感染症(以下、「新型コロナナ」)が地域経済に与える影響を可視化し、地域再活性化施策の検討におけるデータの活用を目的とする「V-RESAS」(URL: <https://v-resas.go.jp/>)が、2020年6月に公開された。このV-RESASは、民間企業や団体が持つデータであるため、公的統計とは異なる動きを示すものもあるが、概ね週次でデータが更新されており、リアルタイムに近い形で地域経済の状況を把握することができる。

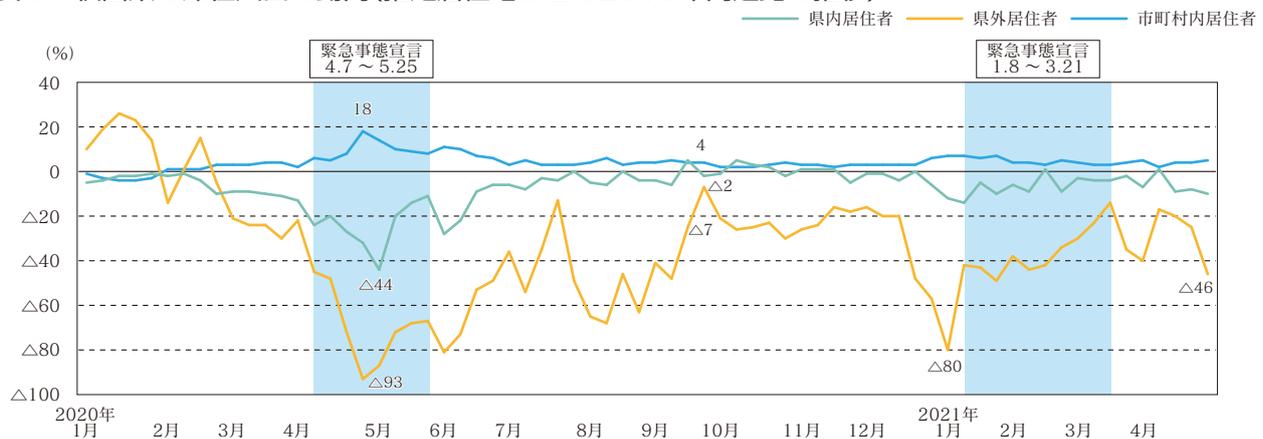
現在公開されているデータは、「人流」、「消費」、「飲食」、「宿泊」、「イベント」、「興味・関心」、「雇用」、「企業財務」の8種類および「新規陽性者数」である。

## 2 「人流」：県外居住者の動きは依然停滞続く

まず「人流」について、秋田県の滞在人口を推定居住地別に見てみる。新型コロナが拡大し始めた2020年2月中旬以降、市町村内居住者の動きは2019年比プラスで推移する一方、県内および県外居住者の動きは徐々に減少し、1回目の緊急事態宣言が発令中の2020年4月第5週に県外居住者が同93%減、5月第1週には県内居住者が同44%減と大きく落ち込んでいる(図表1)。例年、この期間はゴールデンウィークで人の動きは活発になるが、県内の多くの人々が県や市町村を跨いだ移動を控え、ステイホームを実践していたことが見て取れる。

宣言解除後は徐々に回復に向かい、9月第4週には3区分とも前年並み水準まで回復したも

図表1 秋田県の滞在人口の動向(推定居住地ごとの2019年同週比の推移)



資料：内閣府「V-RESAS」、株式会社Agoop提供データをもとに当研究所作成

の、年末にかけて再び国内で感染者が急増したため、2021年1月第1週に県外居住者は同80%減まで落ち込んだ。足許、4月第5週でも同46%減となっており、県外居住者の動きは依然停滞が続いている。

### 3 「消費」：「巣ごもり消費」の需要高まる

「消費」については、スーパーマーケットやGMS（総合スーパー）のPOSレジにより集計された売上情報をもとに、消費額の変化を「変化の特徴的な品目」（9品目）と「注目度の高い品目」（10品目）に分けて見てみる。

「変化の特徴的な品目」のうち、特に特徴的な動きをしているのが、「介護・衛生用品」、「プレミックス」、「生クリーム」である（図表2）。

「介護・衛生用品」は突出して2019年比プラスで推移しているが、これはアルコール消毒液等の需要が増えたことが要因である。

「プレミックス」（パンケーキ用の粉など）と「生クリーム」も伸びているが、これは在宅時間の増加に伴い、自宅でのパンケーキやお菓子づくりのニーズが高まったものと考えられる。

「注目度の高い品目」のうち、特に特徴的な動きをしているのが、「家庭医療用品」、「女性用基礎化粧品」、「女性用メーキャップ化粧品」である（次掲図表3）。「家庭医療用品」が突出して伸びているが、これはマスク等の需要が増えたことが要因である。新型コロナの情報が頻繁に伝えられるようになった2020年1月末頃から急激に伸び、1月第5週に2019年比512%増となった。その後マスクが入手困難となったが、5月頃より再び店頭で入手可能となったことから、高い伸びが続いている。感染予防のため、日常的にマスクを着用することが求められており、足許、2021年4月第5週でも同166%増と高水準で推移している。

図表2 秋田県のPOSで見る売上高動向－「変化の特徴的な品目」の推移

秋田県のPOSで見る売上高動向 - 種別ごとの2019年同週比の推移

2019年12月30日～2021年5月2日

品目の種別:

- すべての品目   ■ 生クリーム   □ スポーツ飲料   ■ プレミックス   □ スピリッツ   ■ 介護・衛生用品   □ 文具紙製品   □ 牛乳   □ 穀類
- たばこ・喫煙関連用品



V-RESAS <https://v-resas.go.jp>

出典：ナウキャスト、株式会社日本経済新聞社「日経CPINow」



図表3 秋田県のPOSで見る売上高動向－「注目度の高い品目」の推移

秋田県のPOSで見る売上高動向－種別ごとの2019年同週比の推移

2019年12月30日～2021年5月2日

品目の種別:

■すべての品目 ■家庭医療用品 ■消臭・芳香・除菌剤 ■焼酎類 ■ヨーグルト ■ウーロン茶飲料 ■水 ■日本酒 ■ビール  
■女性用基礎化粧品 ■女性用メーキャップ化粧品



V-RESAS <https://v-resas.go.jp>

出典：ナウキャスト、株式会社日本経済新聞社「日経CPINow」

化粧水や乳液などが含まれる「女性用基礎化粧品」は、日常的に肌の手入れのために使用することから、2019年の消費税引上げ前の駆け込み需要の反動減があった前年の影響を受けて上昇した2020年10月を除くと、堅調に推移していると言える。一方、「女性用メーキャップ化粧品」は、外出する機会が減ったことや、マスク着用が生活習慣になったことなどが影響し、2020年3月以降、ほぼ2019年比マイナスで推移している。

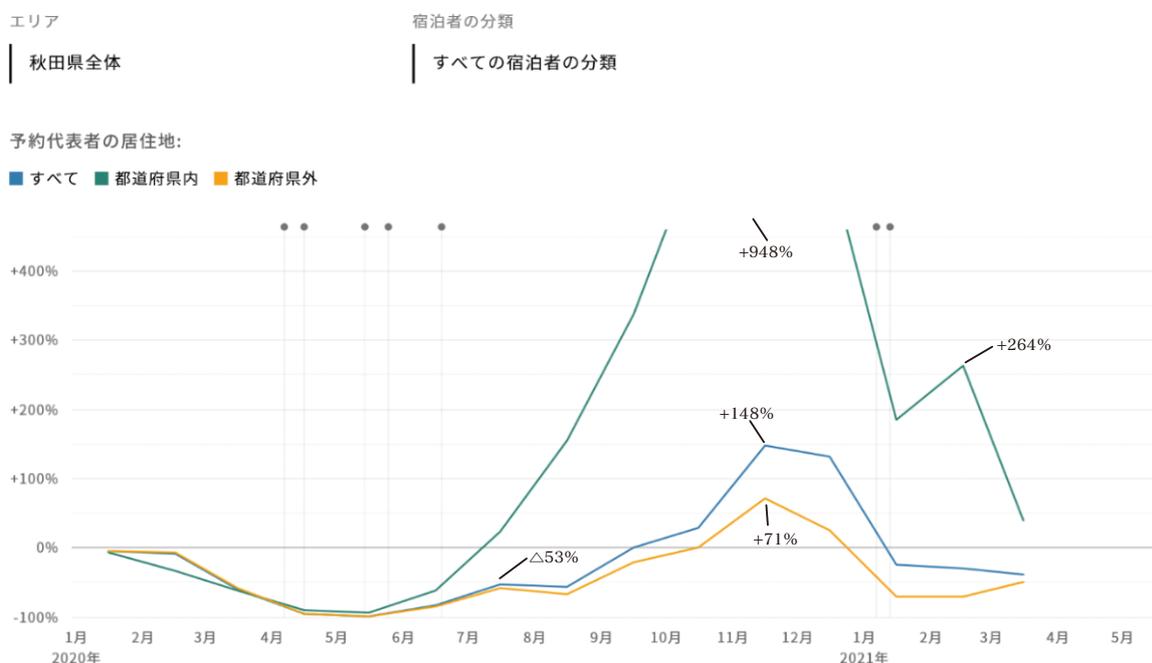
新型コロナの拡大により、外出自粛やテレワークなど、人々のライフスタイルが大きく変化しており、消費も旅行やレジャー、外出消費が減る一方、自宅での生活を充実させる「巣ごもり消費」やネットショッピングの需要が高まっている。感染状況の収束が見通せない中では、今後も人々の消費行動に影響を及ぼし、消費の二極化がさらに進む可能性がある。

#### 4 「宿泊」：プレミアム宿泊券に一定の効果

「宿泊」については、秋田県内の宿泊者数を予約代表者の居住地別に見てみる(次掲図表4)。1回目の緊急事態宣言が発令中の2020年4～5月は、全体で2019年比90%を超える減少となった。新型コロナの影響を受けている本県の観光産業を支援するため、県では昨年6月に「プレミアム宿泊券」を発行、国も7月に「Go To トラベルキャンペーン」を開始し、7月の宿泊者数は同53%減まで持ち直している。その後11月にはピークとなる同148%増となった。同月の居住地別内訳を見ると、県外居住者の同71%増に対し、県内居住者は同948%増と大幅に増加している。宿泊客の居住地をさらに細分化し、都道府県別に見た割合では、1月時点では東京・神奈川・埼玉・千葉の1都3県からの割合は40%、県内居住者の割合は19%であったが、11月には1都3県からの割合は29%に低下、県内

図表4 秋田県の予約代表者の居住地ごとの宿泊者数

秋田県の予約代表者の居住地ごとの宿泊者数 - 予約代表者の居住地ごとの2019年同月比の推移  
2020年1月1日～2021年3月31日



V-RESAS <https://v-resas.go.jp>

出典：観光予報プラットフォーム推進協議会（事務局：日本観光振興協会）

居住者は37%へと上昇しており、プレミアム宿泊券の影響が非常に大きかったことが分かる。

2回目の緊急事態宣言が発令された2021年1月以降、全体および県外居住者の宿泊者数はマイナスで推移しているが、県内居住者はプラスを維持し、プレミアム宿泊券の期限であった2月には同264%増となり、駆け込み需要が発生した姿が確認できる。

また、当研究所では県の委託に基づき、プレミアム宿泊券利用客による経済波及効果の推計を行った。宿泊券は計55万枚発行（1枚5,000円、うちプレミアム分2,500円）され、宿泊券の利用実績から利用客数を31.5万人と推計し、経済波及効果は約103億円となった。例年、県内居住者による宿泊数は年間約90万人に上るが、県の施策により3分の1に当たる30万人の宿泊需要を喚起できたことは、観光産業に一定の下支え効果があったものと考えられる。

## 5 まとめ

先頃、2020年度の実質GDP成長率が公表され、前年度比4.6%減と戦後最大の落ち込みとなった。2度にわたる緊急事態宣言の発令により「人流」が抑制されたことが影響し、個人消費が同6.0%減と大幅に悪化したことが主因である。現在、3回目の緊急事態宣言が発令中であるが、コロナ禍においてはV-RESASなどのビッグデータを用いて今後の対策を検討していく必要がある。例えば、小売業では品目別の消費額の変化から消費者の行動変容を察知し、品揃えや陳列配置の変更などの店舗戦略、製造業では商品の需給動向の変化から製品開発、販路開拓に活用することができる。また、観光産業では県外客やインバウンドが見込めないのであれば、県内客や個人客を対象とした商品開発を検討してみてもどうか。データの活用による本県経済の再活性化を期待したい。（山崎 要）